

แผนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์รายชนิดสัตว์ที่สำคัญจังหวัดชัยนาท

การปศุสัตว์ที่สำคัญของจังหวัดชัยนาท

จากข้อมูลประชากรสัตว์ของจังหวัดชัยนาท ในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ จังหวัดชัยนาท มีเกษตรกรผู้ประกอบอาชีพด้านการปศุสัตว์ จำนวน ๑๕,๑๙๓ ครัวเรือน เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ประกอบอาชีพการเลี้ยงไก่เนื้อมากที่สุด รองลงมาได้แก่การเลี้ยงเป็ด ไก่เนื้อ และสุกร ตามลำดับปริมาณการเลี้ยงสัตว์ (ข้อมูลจากผลการสำรวจสถิติสัตว์, ณ เดือนตุลาคม ๒๕๖๑) โดยสินค้าเกษตร (ภาคปศุสัตว์) ของจังหวัดชัยนาทที่มีศักยภาพและเป็นจุดเน้นในการพัฒนาเพื่อให้มีคุณภาพปลอดภัยได้มาตรฐานและสร้างความสามารถในการแข่งขันในระดับประเทศสูงขึ้นได้ ในระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕) ซึ่งพอสรุปการจัดลำดับการพัฒนาที่สำคัญของจังหวัดชัยนาทได้ ดังนี้

๑. ยุทธศาสตร์โคเนื้อจังหวัดชัยนาท

การเลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพทางการเกษตรที่สำคัญอาชีพหนึ่ง ซึ่งสร้างรายได้ให้กับครอบครัวเกษตรกร ในอดีตที่ผ่านมาการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรในจังหวัดชัยนาท มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้แรงงานเพื่อการทำ การเกษตรเป็นหลัก เมื่อใช้งานหมดอายุจึงปลดจำหน่ายเป็นโคเนื้อ ปัจจุบันรูปแบบการเลี้ยงโคเนื้อได้เปลี่ยนมา เป็นการเลี้ยงเพื่อจำหน่ายเป็นโคเนื้อเพื่อผลิตเนื้อโค ทั้งนี้เพราะความต้องการบริโภคเนื้อสัตว์เพิ่มขึ้นทั้งจาก ความต้องการของประชากรในประเทศ และนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ตลอดจนความต้องการของตลาดต่างประเทศ ลักษณะการเลี้ยงจะเป็นการเลี้ยงครั้งละหลาย ๆ ตัว และมีรูปแบบเป็นฟาร์มมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันรัฐบาลได้มี นโยบายส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อ และเป็นโครงการหนึ่งในแผนปรับโครงสร้างระบบการผลิตการเกษตร โดยหวังว่า จะให้การเลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้เกษตรกรอย่างสม่ำเสมอ

การเลี้ยงโคเนื้อจะให้ได้กำไรจะต้องสามารถผลิตลูกโคเนื้อให้ได้จำนวนมาก เช่น แม่โคเนื้อควร สามารถให้ลูกได้ปีละตัว เมื่อหย่านมลูกโคเนื้อจะมีขนาดใหญ่และมีคุณภาพดีเป็นที่ต้องการของตลาด จึงจะ สามารถขายได้ในราคาดี การที่จะสามารถทำกำไรได้ดีดังกล่าวจะต้องเริ่มตั้งแต่คัดเลือกพันธุ์โคเนื้อที่เลี้ยงให้ เหมาะสมกับระบบหรือวิธีการจัดการเลี้ยงดู ให้อาหารให้เหมาะสมกับความต้องการของโคเนื้อระยะต่างๆ และมี การจัดการเลี้ยงดูที่เหมาะสม

การเลี้ยงแม่โคเนื้อที่จะให้ผู้เลี้ยงได้กำไรตอบแทนมากจะต้องเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกแม่พันธุ์ โค เนื้อที่จะเลี้ยงให้เหมาะสมกับระบบการเลี้ยงและวัตถุประสงค์ที่จะเลี้ยง เช่น ลูกโคเนื้อที่ผลิตได้นั้นจะต้องสนองต่อ ความต้องการของตลาดประเภทใด

พันธุ์โคเนื้อที่มีหลากหลายสายพันธุ์ ซึ่งพันธุ์โคเนื้อที่มีการเลี้ยงอยู่ค่อนข้างแพร่หลายในประเทศไทยที่สามารถหาซื้อและใช้ทำพันธุ์ได้ มีดังนี้ โคพื้นเมือง โคเนื้อพันธุ์บราห์มัน โคเนื้อพันธุ์ชาร์โรเลส์ โคเนื้อพันธุ์ซิม เมนทาล โคเนื้อพันธุ์แองกัส โคเนื้อพันธุ์ตาก โคเนื้อพันธุ์กำแพงแสน โคเนื้อพันธุ์กบินทร์บุรี โคเนื้อพันธุ์เดรั มาสเตอร์ และโคเนื้อพันธุ์ฮินดูบราซิล เป็นต้น

ผลผลิตจากการเลี้ยงแม่โคเนื้อ คือ ลูกโคเนื้อ การที่จะจำหน่ายลูกโคเนื้อได้ขึ้นอยู่กับว่าตลาดมีความ ต้องการหรือไม่ พันธุ์โคเนื้อที่เลี้ยงจะต้องสนองต่อบริษัทผู้ประสงค์ที่ตลาดต้องการว่าเลี้ยงเพื่อวัตถุประสงค์อะไร เช่น การผลิตโคเนื้อเพื่อใช้ทำพันธุ์แท้, เลี้ยงเพื่อผลิตลูกโคขุน หรือเลี้ยงเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ (การเลี้ยงโคเนื้อ, กรมปศุ สัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ๒๕๕๖)

เป้าหมาย

- ๑) เสริมสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อภายในจังหวัดชัยนาท
- ๒) เพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรเก็บรักษาแม่โคเนื้อพันธุ์ดีไว้ขยายพันธุ์ เพื่อผลิตโคเนื้อคุณภาพดี
- ๓) เพิ่มเปอร์เซ็นต์ซากการผลิตโคเนื้อ เป็นร้อยละ ๖๕ ต่อปี และผลิตโคเนื้อคุณภาพเพิ่มขึ้น
- ๔) ผลิตโคเนื้อและเนื้อโคคุณภาพ (Premium grade) เพิ่มขึ้น ทดแทนการนำเข้า ร้อยละ ๑๐ ต่อปี
- ๕) ส่งออกโคเนื้อและเนื้อโคไปจำหน่ายต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๐ ต่อปี

สำหรับปี พ.ศ.๒๕๖๑ จังหวัดชัยนาท มีการเลี้ยงโคเนื้อกระจายไปทั่วทุกอำเภอ ซึ่งมีการปรับปรุงพันธุ์สัตว์จากพันธุ์พื้นเมืองมาเป็นพันธุ์ลูกผสมซึ่งได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยวิธีการผสมเทียมและใช้พ่อโคพันธุ์คุมฝูง ปัจจุบันมีเกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อ จำนวน ๑,๖๙๓ ราย จำนวน ๓๙,๘๖๓ ตัว โดยอำเภอที่มีเกษตรกรสนใจเลี้ยงโคเนื้อมากที่สุดคือ อำเภอหันคา จำนวน ๙,๙๔๔ ตัว (เกษตรกร ๓๘๙ ราย) รองลงมาได้แก่ อำเภอหนองมะโมง จำนวน ๖,๙๔๗ ตัว (เกษตรกร ๒๙๒ ราย) และอำเภอสรรคบุรี จำนวน ๕,๘๒๓ ตัว (เกษตรกร ๑๘๐ ราย) (ข้อมูล ณ ตุลาคม ๒๕๖๑) ทั้งนี้ จังหวัดชัยนาทได้มีนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อมาตลอด เพราะมีศักยภาพการผลิตโคเนื้อพันธุ์ดีที่เป็นที่ต้องการของตลาด ส่งออกไปจำหน่ายในพื้นที่ใกล้เคียง ประกอบกับปัจจุบันเนื้อโคมีราคาสูง จึงเป็นแรงจูงใจให้เกษตรกรนิยมเลี้ยงโคเนื้อเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว เป็นอาชีพหลัก และอาชีพเสริมได้เป็นอย่างดี

โดยราคาโคเนื้อเพศเมียอายุตั้งแต่หย่านมจนถึงอายุ ๑๘ เดือน เฉลี่ยราคาประมาณตัวละ ๒๕,๐๐๐ บาท อายุระหว่าง ๑๘-๓๖ เดือน ราคา ๓๐,๐๐๐ บาท โคเนื้อแม่พันธุ์อายุ ๓๖ เดือน ถึง ๖ ปี ราคาประมาณ ๓๕,๐๐๐-๖๐,๐๐๐ บาท ส่วนราคาโคเนื้อเพศผู้ ตั้งแต่เริ่มหย่านมจนถึงอายุ ๑๘ เดือน ราคาประมาณ ๒๐,๐๐๐ บาทต่อตัว อายุระหว่าง ๑๘-๓๖ เดือน ราคาคิดตามน้ำหนัก กิโลกรัมละ ๑๐๐ บาท และอายุโคเนื้อพ่อพันธุ์ ๓๖ เดือน ถึง ๖ ปี ราคาประมาณ ๔๕,๐๐๐-๖๐,๐๐๐ บาท

๑.๑ ปัจจัยด้านการผลิตโคเนื้อ

ปริมาณการผลิตโคเนื้อ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. ๒๕๖๐ โดยเพิ่มขึ้นจาก ๖,๑๐๕ ตัว เป็น ๖,๒๓๑ ตัว หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒.๑ จากแม่พันธุ์โคเนื้อที่ให้ลูกเพิ่มขึ้น อีกทั้งภาครัฐมีโครงการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อ เพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อมากขึ้น ทำให้ปริมาณการผลิตโคเนื้อในปีเพิ่มขึ้น แหล่งผลิตที่สำคัญ ได้แก่ อำเภอหนองมะโมง อำเภอหันคา อำเภอวัดสิงห์ และอำเภอเนินขาม

ระดับราคาโคเนื้อ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ราคาโคเนื้อที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ ๙๓.๓๓ บาท ลดลงจากปีที่ผ่านมาซึ่งมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ ๑๐๑.๙๘ บาท หรือลดลงร้อยละ ๘.๕ เนื่องจากมีการลักลอบนำเข้าเนื้อโค จึงส่งผลกระทบต่อราคาโคเนื้อมีชีวิต ที่เกษตรกรขายได้ลดลง

๑.๒ ปัจจัยด้านการตลาดโคเนื้อ

ตลาดโคเนื้อของจังหวัดชัยนาท แบ่งได้เป็น ๓ ตลาด ได้แก่ ตลาดโคมีชีวิต เช่น ตลาดนัดค้าสัตว์ รวมทั้งสิ้น ๑ แห่ง คือ ตลาดนัดค้าสัตว์อำเภอหนองมะโมง , ตลาดเนื้อโค (มีตลาดสดเทศบาล) และ Meat Shop ส่วนผลิตภัณฑ์จากเนื้อโค มีตลาดผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ เป็นการแปรรูปเป็นลูกชิ้น เนื้อตากแห้ง และไส้กรอกชนิดต่าง ๆ ด้านการบริโภคโคเนื้อ จากข้อมูลของกรมปศุสัตว์พบว่าคนไทยมีการบริโภคเนื้อโค เฉลี่ยคนละ ๒.๒๘ กิโลกรัม/คน/ปีซึ่ง ถือว่าปริมาณการบริโภคน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศตะวันตก สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก ประเทศไทยมี เนื้อชนิดอื่นๆ เช่น ปลา ไก่สุกร ให้เลือกบริโภคได้และราคาไม่แพง หรืออาจเป็นเพราะความเชื่อเรื่องศาสนา

ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาโคเนื้อ มีดังนี้

(๑) ด้านความรู้ของเกษตรกร เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย มีพื้นฐานด้านเกษตรกรรม มีการศึกษาน้อย ทำให้การจัดการเลี้ยงดู และการป้องกันโรคไม่ได้มาตรฐาน การรับเทคโนโลยีต่างๆ เป็นไป อย่างช้าๆ ทำให้ประสิทธิภาพการผลิตต่ำ

(๒) ด้านการปรับปรุงพันธุ์ การผสมเทียมและการใช้พ่อพันธุ์ดีผสมพันธุ์ ยังไม่ทั่วถึง

(๓) มีการฆ่าโคเพศเมียและแม่โคอุ้มท้อง ทำให้แม่พันธุ์ลดลง

(๔) ด้านพืชอาหารสัตว์ ขาดความรู้ความเข้าใจถึงความจำเป็นในผลิต/การถนอมพืชอาหารสัตว์

(๕) ปัญหาด้านป้องกันโรค มีการเกิดโรคระบาดสัตว์ในพื้นที่

(๖) ปัญหาด้านเงินทุน ในการปรับปรุงฟาร์มให้เข้าสู่ระบบฟาร์มมาตรฐานโคเนื้อ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) โคน้ำจังหวัดชัยนาท

จุดแข็ง

๑. คุณภาพของสายพันธุ์โคเนื้อที่มีความเหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศในพื้นที่
๒. มีหน่วยงานให้การสนับสนุนการผลิตโคเนื้อ ได้แก่ หน่วยงานกรมปศุสัตว์ในพื้นที่ ศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ลำพญากลาง จังหวัดลพบุรี, ศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ทับกวาง จังหวัดสระบุรี, ศูนย์วิจัยและพัฒนาพืชอาหารสัตว์ชัยนาท, สถาบันสุขภาพสัตว์แห่งชาติ เป็นต้น
๓. มีระบบการเลี้ยงโคเนื้อที่สามารถพัฒนาให้มีระบบที่ครบวงจรได้ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ คือมีการผลิตพันธุ์โคเนื้อที่เหมาะสมกับพื้นที่ มีตลาดและแหล่งจำหน่ายนัดซื้อโคเนื้อใกล้เคียงที่หลากหลาย มีช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ ทั้งทางด้านการจำหน่ายภายในประเทศและมีการเชื่อมโยงการจำหน่ายไปยังประเทศเพื่อนบ้านและประเทศจีน

จุดอ่อน

๑. ขาดแคลนแหล่งปลูกพืชอาหารสัตว์ ประกอบกับเกษตรกรไม่มีการปลูกพืชอาหารสัตว์ เพื่อเลี้ยงโคเนื้อโดยตรง เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นนาข้าวและประสบปัญหาภัยแล้ง
๒. ขาดการรวมกลุ่มเกษตรกรที่เข้มแข็ง ทำให้ระบบการตลาดขึ้นอยู่กับพ่อค้าคนกลาง
๓. เกษตรกรหันไปประกอบอาชีพอื่น เนื่องจากมีผลตอบแทนที่สูงกว่า ทำให้เกษตรกรขาดผู้สืบทอดอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อ
๔. เกษตรกรยังขาดความรู้ ความเข้าใจในการจัดการฟาร์มโคเนื้อ ส่วนใหญ่ยังเลี้ยงปล่อยทุ่ง ยังไม่ได้มาตรฐานฟาร์มโคเนื้อ
๕. ทิศทางการพัฒนาโรงฆ่าสัตว์ โดยเฉพาะโคเนื้อ ยังไม่มีความชัดเจน ส่วนใหญ่เป็นโรงฆ่าสัตว์ที่ยังไม่ได้มาตรฐานที่กำหนด

โอกาส

๑. พื้นที่จังหวัดชัยนาท เป็นพื้นที่ที่อยู่ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น วัด และ โบราณสถานที่เก่าแก่และมีประวัติศาสตร์อันยาวไกล ที่เป็นที่ยอมรับชมชาวต่างประเทศเป็นอย่างมาก และมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี ทำให้มีความต้องการบริโภคเนื้อโคจำนวนมาก โดยเฉพาะเนื้อโคคุณภาพสูง
๒. พื้นที่ภาคกลางตอนบนมีเขตติดต่อกับกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพสูงมีความหลากหลาย และติดกับประเทศเพื่อนบ้าน และสามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศจีนได้ ด้วย และการเปิดตลาดการค้าเสรี AEC ทำให้เอื้อต่อการขยายตลาดโคเนื้อให้กับกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน
๓. นโยบาย Food Safety ของรัฐบาล ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคเนื้อที่ปลอดภัย

ภัยคุกคาม

๑. การซื้อขายโคเนื้อยังไม่มีมาตรฐาน มีพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคาเป็นหลัก
๒. ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ได้แก่ ภัยแล้ง น้ำท่วมซ้ำซาก และวาตภัย ซึ่งทำให้สัตว์เกิดภาวะเครียด ป่วยตายเป็นจำนวนมาก
๓. มีการเกิดโรคระบาดสัตว์ในพื้นที่ เนื่องจากมีการเคลื่อนย้ายสัตว์ผ่านเข้าออกพื้นที่ โดยเฉพาะในพื้นที่บริเวณรอยต่อระหว่างจังหวัด ทำให้การควบคุมโรคภัยขาดประสิทธิภาพ
๔. การขายพื้นที่ทำนาข้าว ซึ่งเป็นพืชทางเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัด ทำให้มีพื้นที่การเลี้ยงสัตว์ลดน้อยลง

ยุทธศาสตร์โคเนื้อจังหวัดชัยนาท

๑. วิสัยทัศน์

“แหล่งผลิตโคเนื้อที่มีคุณภาพดี บนพื้นฐานความปลอดภัย สร้างรายได้เพิ่มอย่างยั่งยืน”

๒. พันธกิจ

๑. เพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตโคเนื้อคุณภาพดี (เจ้าพระยา ปีพ)
๒. สร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตโคเนื้อและเชื่อมโยงช่องทางการตลาด
๓. สร้างความมั่นคงในอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรในจังหวัดชัยนาท
๔. พัฒนาระบบการผลิตที่ได้มาตรฐานและถูกสุขอนามัย

๓. วัตถุประสงค์

๑. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตโคเนื้อของเกษตรกรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
๒. เพื่อเก็บรักษาและเพิ่มจำนวนแม่โคเนื้อพันธุ์ดีไว้สำหรับการผลิตลูกโคเนื้อพันธุ์ดี
๓. เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อได้อย่างยั่งยืน
๔. เพื่อให้ระบบการผลิตโคเนื้อที่มีมาตรฐานและมีความปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น

๔. เป้าหมาย

๑. เสริมสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ปีละ ๑๐๐ ราย
๒. เพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรเก็บรักษาแม่โคเนื้อพันธุ์ดีไว้ผลิตลูกโคเนื้อพันธุ์ดี ปีละ ๒,๐๐๐ ตัว
๓. เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อคุณภาพดีเพิ่มขึ้น ปีละ ๑,๐๐๐ ตัว
๔. มีจำนวนฟาร์มปรับเปลี่ยนเข้าสู่มาตรฐานฟาร์มโคเนื้อเพิ่มขึ้น ปีละ ๒ ฟาร์ม

๕. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑. จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ที่สามารถประกอบอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อคุณภาพดีได้อย่างยั่งยืน
๒. ปริมาณการส่งออกโคเนื้อไปต่างพื้นที่หรือต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น
๓. จำนวนฟาร์มมาตรฐานโคเนื้อเพิ่มขึ้น จำนวน ๒ ฟาร์ม
๔. มีโรงฆ่าโคเนื้อที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน จำนวน ๑ โรง

๖. ประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การดำเนินการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์โคเนื้อจังหวัดชัยนาท

เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่จังหวัดชัยนาท ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ขาดความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการฟาร์มโคเนื้อ ทำให้ประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อค่อนข้างล่าช้า การผลิตโคเนื้อจึงยังไม่เพียงพอต่อการบริโภค โดยเฉพาะเนื้อโคเนื้อคุณภาพดี และพื้นที่ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบนยังมีศักยภาพเพียงพอที่ขับเคลื่อนและพัฒนการผลิตลูกโคเนื้อพันธุ์ดีป้อนให้กับผู้เลี้ยงโคขุนทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ เพื่อที่จะมีเนื้อโคคุณภาพไว้บริโภคในพื้นที่ รวมทั้งเกษตรกรผู้เลี้ยงไม่รายได้เพิ่มมากขึ้น และสามารถประกอบอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น จึงได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโคเนื้อ ดังนี้

๖.๑ แผนยุทธศาสตร์ด้านการผลิตโคเนื้อ

- โครงการส่งเสริมและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อคุณภาพดีแบบครบวงจร (เจ้าพระยา Beef)

ในประเทศไทยมีปริมาณลดลง จากข้อมูล ปี พ.ศ. ๒๕๖๐ มีจำนวนโคเนื้อ ๔.๘๗๖ ล้านตัว ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดและกระแสความนิยมบริโภคเนื้ออุนามัยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ซึ่งยังมีไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และราคาโคเนื้อในตลาดมีราคาสูงและปริมาณความต้องการมีอย่างไม่จำกัด ปัจจุบันจังหวัดชัยนาท มีเกษตรกรเลี้ยงโคเนื้อ จำนวน ๑,๖๙๓ ราย จำนวน ๓๙,๘๖๓ ตัว แต่เกษตรกรของจังหวัดชัยนาทยังขาดการวางแผนการผลิตและแนวทางการปรับปรุงสายพันธุ์โคเนื้อที่ไม่เด่นชัดและไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ทำให้ขาดโอกาสในการสร้างรายได้จากความต้องการของตลาด โดยเฉพาะเกษตรกรในเขตพื้นที่ดอน เช่น อ.หันคา อ.หนองมะโมง และ อ.เนินขาม เป็นต้น

ตาราง : เปรียบเทียบจำนวนผลผลิตและมูลค่าโคเนื้อ ปี ๒๕๕๖ - ๒๕๖๐

ปี	จำนวนผลผลิต (ตัว)	น้ำหนักเฉลี่ย(กก.)	ราคาขาย (บาท)	มูลค่าการผลิต/ตัว	มูลค่าการผลิต/ปี	ร้อยละที่เพิ่มขึ้น
๒๕๕๖	๓๑,๘๓๖	๔๐๐.๐๐	๗๐.๒๕	๒๘,๑๐๐	๘๙๔,๕๙๑,๖๐๐	
๒๕๕๗	๓๖,๑๘๓	๔๐๐.๐๐	๙๔.๒๕	๓๗,๗๐๐	๑,๓๖๔,๐๙๙,๑๐๐	๕๒.๔๘
๒๕๕๘	๓๕,๖๐๗	๔๐๐.๐๐	๑๐๖.๐๐	๔๒,๔๐๐	๑,๕๐๙,๗๓๖,๘๐๐	๑๐.๗๖
๒๕๕๙	๓๘,๙๗๓	๔๐๐.๐๐	๘๒.๒๐	๓๒,๘๘๐	๑,๒๘๑,๔๓๒,๒๔๐	
๒๕๖๐	๓๘,๑๗๒	๔๐๐.๐๐	๘๐.๕๐	๓๒,๒๐๐	๑,๒๒๙,๑๓๘,๔๐๐	

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตโคเนื้อของเกษตรกร โดยวิธีการผสมเทียมเหนียวนำการเป็นสัตว์
๒. เพื่อเก็บรักษาและเพิ่มจำนวนแม่โคเนื้อพันธุ์ดีไว้ผลิตลูกโคเนื้อพันธุ์ดี
๓. เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ

เป้าหมาย

๑. ขึ้นทะเบียนเกษตรกรและสร้างเครือข่ายผู้เลี้ยงโคเนื้อพันธุ์ดี จำนวน ๑๐๐ ราย
๒. ผสมเทียมโคเนื้อ โดยวิธีการเหนียวนำการเป็นสัตว์ จำนวน ๒,๐๐๐ ตัว
๓. เกษตรกรได้จำหน่ายลูกโคเนื้อพันธุ์ดีที่เกิดให้กับกลุ่มผู้เลี้ยงโคขุน จำนวน ๑,๐๐๐ ตัว

กลยุทธ์

๑. ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อคุณภาพดี (ระดับต้นน้ำ) สู่ความเข้มแข็งและยั่งยืน
๒. ส่งเสริมและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการฝูงแม่พันธุ์โคเนื้อเพื่อรองรับการ ผลิตและการจำหน่าย
๓. ส่งเสริมระบบสหกรณ์การผลิตโคเนื้อคุณภาพดีเพิ่มช่องทางการตลาดเพื่อก้าวสู่สหกรณ์โคเนื้อที่เข้มแข็งและยั่งยืน และการศึกษาดูงานฯ
๔. ส่งเสริมระบบบริหารจัดการ และถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อรองรับการเข้าสู่ระบบการป้องกันโรคและการเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสม และสร้างฟาร์มต้นแบบ
๕. ส่งเสริมการลดต้นทุนการผลิต และการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านพืชอาหารสัตว์และนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีการเลี้ยงสัตว์ที่มีคุณภาพ
๖. ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปโคเนื้อ เพื่อรองรับการจำหน่าย การสร้างแบรนด์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และพัฒนาจุดจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ปศุสัตว์จังหวัดชัยนาท และงานวิจัยพัฒนาระบบการผลิตและการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ฯ (เจ้าพระยา Beef)

แนวทางการดำเนินงาน

๑. ขึ้นทะเบียนเกษตรกรและแม่โค เกษตรกร ๑๐๐ ราย โดยคัดเลือกเกษตรกรที่มีศักยภาพจาก เกษตรกรทั้งหมด ๑,๖๙๓ ราย จำนวนแม่โคเนื้อ เป้าหมาย ๒,๐๐๐ ตัว/ปี จากจำนวนแม่โค ทั้งหมด ๔๒,๗๘๑ ตัว
๒. สร้างเครือข่ายกลุ่มผู้เลี้ยงแม่โคเนื้อผลิตลูก
๓. กำหนดเป้าหมายและพื้นที่การดำเนินงาน
๔. ตรวจสอบสุขภาพและความสมบูรณ์ของแม่พันธุ์และติด NID
๕. อบรมให้ความรู้ด้านการเตรียมความพร้อมของแม่โคเนื้อเพื่อการผสมเทียม และการจัดการด้านอาหารของโคเนื้อ
๖. สนับสนุนปัจจัยการผลิต พืชอาหารสัตว์ และวัคซีน-เวชภัณฑ์
๗. ผสมเทียมโดยวิธีเหนี่ยวนำการเป็นสัด เป้าหมาย ๒,๐๐๐ ตัว /ปี
๘. เกษตรกรเลี้ยงดูแม่โคเนื้อและลูกเพื่อเตรียมจำหน่ายลูกโคเนื้ออายุหย่านม (๗ เดือน - ๑ ปี)
๙. กำกับติดตามและประเมินผลโครงการ

รวมงบประมาณ ๓,๓๖๐,๐๐๐ บาท

๒. ยุทธศาสตร์แพะเนื้อจังหวัดชัยนาท

การเลี้ยงแพะ เป็นอาชีพหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับเกษตรกรอย่างคุ้มค่า ซึ่งให้ผลตอบแทนที่สูงคุ้มค่ากับการลงทุน และมีช่องทางการตลาดที่ชัดเจนและมีความต้องการสูง สามารถตอบสนองต่อนโยบายรัฐบาล ในการลดพื้นที่ปลูกข้าวมาปลูกพืชชนิดอื่น หรือปรับเปลี่ยนอาชีพที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าได้ และรับการเปิดตลาดการค้าอาเซียน AEC ที่ผ่านมา จากข้อมูลเกษตรกรเลี้ยงแพะของประเทศไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๐ มีจำนวนแพะเนื้อ ๖.๕๒ แสนตัว แต่การเลี้ยงแพะนั้นมีองค์ประกอบและความเสี่ยงหลายปัจจัยที่เกษตรกรจะต้องมีความใส่ใจในการเลี้ยงดู ประกอบกับมีการลงทุนในการประกอบกิจการฟาร์มพอสมควร จังหวัดชัยนาท มีเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะจำนวน ๑๓๕ ราย รวม ๙ กลุ่ม จำนวนแพะที่ผลิตได้ ๑๔,๖๑๒ ตัว/ปี ซึ่งมีการเลี้ยงกันมากที่อำเภอสรรคบุรี (๔๓.๘๒%) ดังนั้น เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เกษตรกรรายย่อย ได้มีโอกาสเข้าถึงธุรกิจเลี้ยงแพะเพื่อการส่งออก มีแหล่งเงินทุน และเป็นการส่งเสริมช่วยเหลือเกษตรกร ให้มีความสามารถในการแข่งขันได้ ภาครัฐควรให้การสนับสนุนและปลูกจิตสำนึกในด้านกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพและได้รับรองมาตรฐาน มีการปลูกพืชอาหารสัตว์ พันธุ์ดี และยกระดับการรวมกลุ่มของเกษตรกรให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น มีการติดตามผลจากเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ธุรกิจเลี้ยงแพะของเกษตรกรรายย่อยในจังหวัดชัยนาทควรได้รับการส่งเสริมให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างจริงจัง เป็นรูปธรรม และเป็นการเปิดโอกาสให้เกษตรกรรายย่อยอื่นๆ ได้เข้าร่วมโครงการฯและขยายเครือข่ายต่อไป

ปัจจุบัน จังหวัดชัยนาท มีเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ ๓๖๒ ราย จำนวน ๑๘,๒๘๒ ตัว ซึ่งมีการเลี้ยงกันมากที่อำเภอสรรคบุรี ส่วนการเลี้ยงแกะ มีเกษตรกร ๓๙ ราย จำนวน ๑,๐๒๘ ตัว ซึ่งมีการเลี้ยงกันมากที่ อำเภอมโนรมย์ (ข้อมูล ณ เดือนตุลาคม ๒๕๖๑) และมีแหล่งสนับสนุนการเลี้ยงสัตว์ภายในจังหวัด โดยภาครัฐมีหน่วยผสมเทียมของกรมปศุสัตว์ ๘ หน่วย (อำเภอเมืองชัยนาท ๑ หน่วย อำเภอมโนรมย์ ๑ หน่วย อำเภอวัดสิงห์ ๑ หน่วย อำเภอสรรพยา ๑ หน่วย อำเภอหันคา ๒ หน่วย อำเภอหนองมะโมง ๑ หน่วย อำเภอเนินขาม ๑ หน่วย) โรงฆ่าสุกร ๖ แห่ง (อำเภอเมืองชัยนาท ๑ แห่ง อำเภอวัดสิงห์ ๑ แห่ง อำเภอหันคา ๑ แห่ง อำเภอเนินขาม ๓ แห่ง) และมีด่านกักกันสัตว์ ๑ แห่ง ซึ่งตั้งอยู่ที่หมู่ที่ ๔ ตำบลไร่พัฒนา อำเภอมโนรมย์ จังหวัดชัยนาท

๒.๑ ปัจจัยด้านการผลิตโคเนื้อ

จังหวัดชัยนาท มีเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ จำนวน ๓๖๒ ราย รวม ๗ กลุ่ม จำนวนตัวที่ผลิตได้ ๑๘,๒๘๒ ตัว/ปี ซึ่งมีการเลี้ยงกันมากที่อำเภอสรรคบุรี (๕๑.๔๖%) รองลงมาคือ อำเภอสรรพยา (๑๗.๘๕%) และอำเภอมโนรมย์ (๑๗.๖๗%) (ข้อมูล ณ ตุลาคม ๒๕๖๑)

ตาราง : เปรียบเทียบจำนวนผลผลิตและมูลค่าแพะ ปี ๒๕๕๖ - ๒๕๖๐

ปี	จำนวนผลผลิต (ตัว)	น้ำหนักเฉลี่ย(กก.)	ราคาขาย (บาท)	มูลค่าการผลิต/ตัว	มูลค่าการผลิต/ปี	ร้อยละที่เพิ่มขึ้น
๒๕๕๖	๗,๑๕๗	๒๕.๐๐	๑๐๐.๐๐	๒,๕๐๐	๑๗,๘๙๒,๕๐๐	
๒๕๕๗	๘,๙๔๘	๒๕.๐๐	๑๐๐.๐๐	๒,๕๐๐	๒๒,๓๗๐,๐๐๐	๒๕.๐๒
๒๕๕๘	๑๑,๗๕๕	๒๕.๐๐	๑๐๐.๐๐	๒,๕๐๐	๒๙,๓๘๗,๕๐๐	๓๑.๓๗
๒๕๕๙	๑๐,๕๕๒	๒๕.๐๐	๑๒๐.๐๐	๓,๐๐๐	๓๑,๖๕๖,๐๐๐	
๒๕๖๐	๑๓,๘๐๔	๒๕.๐๐	๑๒๐.๐๐	๓,๐๐๐	๔๑,๔๑๒,๐๐๐	

ที่มา : สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดชัยนาท, ๒๕๖๑ (ข้อมูล ณ ตุลาคม ๒๕๖๑)

๒.๒ ปัจจัยด้านการตลาดโคเนื้อ

การตลาดแพะเนื้อของจังหวัดชัยนาท มีรูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์เป็นแพะมีชีวิต และอยู่ระหว่างส่งเสริมการผลิตเป็นอาหารสำเร็จรูปจากเนื้อแพะ และผลิตภัณฑ์จากนมแพะ ส่วนราคาจำหน่าย แพะมีชีวิตอยู่ระหว่างราคา ๑๐๐ - ๑๕๐ บาท/กิโลกรัม ซึ่งจะถ้าเปรียบเทียบอาจมีราคาแพงกว่าเนื้อสัตว์ชนิดอื่น

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) แพะเนื้อจังหวัดชัยนาท

จุดแข็ง (Strengths)

- ๑) แพะเป็นสัตว์ที่เลี้ยงง่าย เกษตรกรสามารถเลี้ยงได้ในครัวเรือนแม้มีพื้นที่ไม่มากนัก โดยอาจเลี้ยงเป็นอาชีพเสริมได้
- ๒) การเลี้ยงแพะใช้เงินลงทุนต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ การเลี้ยงโค-กระบือ มีความเสี่ยงในการลงทุนน้อย และให้ผลตอบแทนสูง
- ๓) แพะเป็นสัตว์ที่ขยายพันธุ์ได้เร็ว และใช้ระยะเวลาเลี้ยงสั้นก็สามารถขายส่งตลาดได้แล้ว
- ๔) เกษตรกรมีความพร้อมที่จะเลี้ยงแพะ ถึงแม้ว่าส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยแต่ก็อยากจะเลี้ยงแพะ เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มให้กับครัวเรือน

จุดอ่อน (Weaknesses)

- ๑) ปัญหาด้านการผลิตที่สำคัญ คือ ยังมีแหล่งผลิตแพะพันธุ์ดีหรือแพะที่ใช้เลี้ยงเป็นพ่อ-แม่พันธุ์โดยเฉพาะผู้ที่ต้องการเลี้ยงเป็นการค้ามักประสบปัญหาในการรวบรวมสัตว์
- ๒) เกษตรกรในพื้นที่ยังมีการเลี้ยงแพะตามวิถีชีวิตอย่างเดิมไม่ยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ และไม่นิยมปลูกหญ้าเสริมสำหรับการเลี้ยงแพะทำให้อาหารสัตว์ไม่เพียงพอและมีคุณภาพต่ำ
- ๓) เกษตรกรขาดแคลนพันธุ์พืชอาหารสัตว์และไม่เล็งเห็นถึงความสำคัญในการจัดหาพืชอาหารสัตว์ที่มีคุณภาพ
- ๔) มีปัญหาด้านการตลาดหลายประการ เช่น ไม่มีระบบตลาดที่ชัดเจน แหล่งข้อมูลด้านการตลาดมีน้อย ปริมาณและคุณภาพของแพะไม่แน่นอน ทำให้นักธุรกิจไม่กล้าที่จะลงทุนทั้งด้านการเลี้ยงและการแปรรูปสินค้าอาหารจากแพะ
- ๕) สนับสนุนและการพัฒนาด้านการตลาดจากภาครัฐไม่มีความสม่ำเสมอ รวมถึงเนื้อแพะยังมีการบริโภคไม่แพร่หลาย ส่วนมากจะนิยมบริโภคในกลุ่มคนมุสลิมและคนจีนบางส่วน ซึ่งคนทั่วไปยัง เห็นว่าเนื้อแพะมีกลิ่นสาบ
- ๖) ระบบการเลี้ยงยังไม่มีมาตรฐาน ไม่มีโรงฆ่าชำแหละและเชียงจำหน่ายเนื้อแพะที่ถูกสุขลักษณะ ทำให้ผู้บริโภคขาดความมั่นใจ
- ๗) การขับเคลื่อนเครือข่ายกลุ่มผู้เลี้ยงแพะยังไม่ครอบคลุมและไม่เข้มแข็งเพียงพอ รวมทั้งยังขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานของภาครัฐ
- ๘) ขาดงานวิจัยเพื่อพัฒนาการเลี้ยงแพะในระบบการค้าเชิงพาณิชย์และภาคอุตสาหกรรม

โอกาส (Opportunities)

- ๑) หน่วยงานราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมปศุสัตว์ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน และจังหวัดชัยนาท ให้ความสำคัญการส่งเสริมอาชีพการเลี้ยงแพะ เช่น กำหนดให้แพะเป็นสินค้าที่สำคัญในการพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ (Product champion) นโยบายส่งเสริมและพัฒนาให้แพะเป็นสินค้าอาหารฮาลาล ซึ่งนับว่าเป็นโอกาสที่สำคัญในการสนับสนุนการเลี้ยงแพะของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดและกลุ่มจังหวัดฯ
- ๒) หน่วยงานภาครัฐมีนโยบายสร้างและพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะให้เข้มแข็ง
- ๓) ผลผลิตจากแพะสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย และเป็นสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการบริโภคสินค้าด้านสุขภาพ
- ๔) ลักษณะภูมิอากาศในพื้นที่ทางภาคใต้ไม่เหมาะกับการเลี้ยงแพะ เนื่องจากมีความชื้นสูงทำให้มีปัญหาด้านสุขภาพของแพะ เช่น เป็นหวัด ปอดบวม พยาธิภายใน เป็นต้น
- ๕) ผลผลิตแพะในพื้นที่ทางภาคใต้มีไม่เพียงพอต่อการบริโภคในพื้นที่จึงมีความจำเป็นต้องนำเข้าจากทางตอนบนของประเทศ โดยเฉพาะเขตภาคกลางตอนบน

๖) นอกจากการผลิตแพะมีไม่เพียงพอต่อความต้องการในพื้นที่แล้ว กลุ่มประเทศมุสลิม ยังมีความต้องการสินค้าแพะและผลิตภัณฑ์สำหรับการอุปโภคและบริโภคอีกเป็นจำนวนมาก

๗) การเลี้ยงแพะช่วยสนับสนุนนโยบายลดภาวะโลกร้อน และสอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทดแทนปุ๋ยเคมีโดยมูลแพะ

อุปสรรค (Threats)

๑) มีการลักลอบนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้านทำให้เสี่ยงต่อการควบคุมโรคระบาดสัตว์

๒) ผู้บริโภคมีความรู้และทัศนคติในการบริโภคแพะและผลิตภัณฑ์ที่ไม่ถูกต้อง

๓) การบริโภคแพะส่วนใหญ่ยังอยู่เฉพาะในบางกลุ่ม

๔) ปัญหาโรคระบาดสำคัญต่อการเลี้ยงแพะ ได้แก่ แท้งติดต่อ และ CAE

ยุทธศาสตร์แพะเนื้อจังหวัดชัยนาท

๑. วิสัยทัศน์

“แหล่งผลิตแพะที่มีคุณภาพดี ปลอดภัย เพียงพอต่อการจำหน่ายและมุ่งสู่ตลาดอุตสาหกรรมฮาลาล”

๒. พันธกิจ

- ๑) เพิ่มปริมาณแพะในพื้นที่และพัฒนาคุณภาพผลผลิตให้มีคุณภาพและปลอดภัย
- ๒) สร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร สถาบันเกษตรกร เครือข่ายและชมรมผู้เลี้ยงแพะในจังหวัด
- ๓) พัฒนาและเพิ่มจำนวนฟาร์มแพะมาตรฐานให้มากขึ้น
- ๔) ส่งเสริมให้มีโรงฆ่าแพะที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน
- ๕) ส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์จากแพะภายในจังหวัดให้มากขึ้น
- ๕) ส่งเสริมให้มีผลิตภัณฑ์สินค้าจากแพะที่มีความปลอดภัยทางอาหารและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค
- ๖) พัฒนาระบบการตลาดภายในประเทศและเชื่อมโยงกับตลาดต่างประเทศ
- ๗) เพิ่มปริมาณประเภทของผลิตภัณฑ์จากแพะและคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
- ๘) ประสานความร่วมมือทางด้านการผลิต แปรรูป และการตลาดสินค้าฮาลาลในระดับภูมิภาค ระหว่างประเทศกับหน่วยงานของรัฐ เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงการต่างประเทศ

๓. วัตถุประสงค์

- ๑) เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้องค์กรเกษตรกรและเครือข่าย
- ๒) เพื่อเพิ่มปริมาณแพะและผลิตภัณฑ์ให้เพียงพอต่อการบริโภคและส่งออก
- ๓) เพื่อส่งเสริมการบริโภคและพัฒนาระบบการตลาด
- ๔) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกร
- ๕) เพื่อพัฒนาระบบการผลิตแพะและผลิตภัณฑ์แพะให้ได้มาตรฐาน ปลอดภัย และยั่งยืน

๔. เป้าหมาย

- ๑) ประชากรแพะในพื้นที่เขต ๑ เพิ่มขึ้นปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๕
- ๒) มีเครือข่ายหรือชมรมผู้เลี้ยงแพะประจำจังหวัดครบทุกจังหวัดในพื้นที่เขต ๑
- ๓) มีฟาร์มแพะที่ผ่านการรับรองเป็นฟาร์มมาตรฐาน เพิ่มขึ้นปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๓
- ๔) ให้การรับรองฟาร์มปลอดโรค布鲁เซลโลซิส ๑๐๐ แห่ง และฟาร์มปลอดโรค CAE ๕๐ แห่ง

๕. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑. จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อสามารถประกอบอาชีพการเลี้ยงแพะเนื้อคุณภาพดีได้อย่างยั่งยืน
๒. ปริมาณการผลิตแพะเนื้อไปต่างพื้นที่หรือต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น
๓. จำนวนฟาร์มมาตรฐานแพะเนื้อเพิ่มขึ้น จำนวน ๒ ฟาร์ม/ปี
๔. มีแผนก่อสร้างโรงฆ่าแพะเนื้อ จำนวน ๑ โรง

๖. ประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การดำเนินการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์แพะเนื้อจังหวัดชัยนาท

ธุรกิจเลี้ยงแพะของเกษตรกรรายย่อยในจังหวัดชัยนาท ควรได้รับการส่งเสริมให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างจริงจัง เป็นรูปธรรม และเป็นการเปิดโอกาสให้เกษตรกรรายย่อยอื่นๆ ได้เข้าร่วมโครงการฯ และขยายเครือข่ายต่อไป

ประกอบด้วย ประเด็นยุทธศาสตร์หลัก จำนวน ๓ ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่

(๑) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและองค์กรเกษตรกรเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนากระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ให้เพียงพอและมีมาตรฐาน

(๓) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การส่งเสริมการบริโภคและพัฒนากระบวนการตลาดสู่อุตสาหกรรมอาหาร

๗. กลยุทธ์

ประกอบด้วย ๖ กลยุทธ์ ดังนี้

๑. การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกรและองค์กรเกษตรกร

๒. การพัฒนาเครือข่ายการผลิตและการตลาด

๓. การเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนการเลี้ยงแพะ

๔. การเร่งรัดพัฒนาเพื่อเพิ่มปริมาณอาหารแพะ

๕. พัฒนาระบบการผลิตแพะและผลิตภัณฑ์จากแพะให้ได้มาตรฐาน ปลอดภัย และยั่งยืน

๖. การส่งเสริมการบริโภคและพัฒนากระบวนการตลาด

๘. แผนงาน/โครงการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์แพะเนื้อจังหวัดชัยนาท

- โครงการส่งเสริมและพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตแพะคุณภาพดีเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจใหม่รองรับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

แนวทางการดำเนินงาน

๑. พัฒนาเกษตรกร และกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตแพะเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจใหม่มุ่งสู่อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของจังหวัดชัยนาท

๒. ส่งเสริมและพัฒนาฟาร์มแพะสู่ระบบการป้องกันโรคและการเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสมยั่งยืน

๓. พัฒนาระบบการผลิต การลดต้นทุนและนวัตกรรมการผลิตแพะพันธุ์ดี

๔. ส่งเสริมและพัฒนาด้านการตลาดแพะเชิงพาณิชย์เพื่อรองรับการเปิดตลาดอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล และการศึกษาดูงานฯ

๕ ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปแพะเนื้อจังหวัดชัยนาท ระบบ Logistics และการเชื่อมโยงช่องทางการตลาดแพะเพื่อการส่งออกและสร้างเศรษฐกิจใหม่

- การสร้างแบรนด์ใหม่

- งานสัมมนาและการประกวดแพะจังหวัดชัยนาท

- งาน Road Show แพะและสินค้าเกษตรที่สำคัญของจังหวัดชัยนาท

รวมงบประมาณ ๑,๔๘๐,๐๐๐ บาท

๙. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑) เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะมีประสิทธิภาพในการผลิตแพะที่มีคุณภาพ มาตรฐาน และมีต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม

๒) องค์กรเกษตรกรหรือสถาบันเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะมีความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น

๓) มีผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปจากผลผลิตแพะมีจำนวนหลากหลายชนิดเพิ่มขึ้น

๔) ผลผลิตและผลิตภัณฑ์จากแพะที่เกษตรกรผลิตได้มีเสถียรภาพด้านราคา และเป็นที่ต้องการของตลาดตลอดปี